



RAJAPORTIN SAUNAN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Hanna Lehtomäki

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2014
Liiketalous
Liiketoimintalähtöinen
talousjohtaminen ja
yritysjuridiikka

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Liiketoimintalähtöinen talousjohtaminen ja yritys juridiikka

LEHTOMÄKI, HANNA:
Rajaportin saunan asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyö 46 sivua, josta liitteitä 3 sivua
Huhtikuu 2014

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena olivat Rajaportin saunan asiakkaiden tämän hetkisen tyytyväisyyden tason mittaaminen ja toimenpide-ehdotusten tuottaminen. Tutkimuksen tavoitteena oli osaltaan edistää saunakorttelin kehittämistä matkailukohteena. Tutkimus tehtiin toimeksiantona Pispalan saunayhdistykselle.

Teoreettisessa viitekehyksessä taustoitetaan saunan kulttuurihistoriallista menneisyyttä ja tulevaisuuden kehitykseen mahdollisesti vaikuttavia trendejä, ja tarkastellaan asiakaslähtöisyyttä ja asiakastyytyväisyystutkimuksen merkitystä sekä mainetta, imagoa ja brändiä.

Tutkimus toteutettiin maaliskuu-elokuun 2013 aikana haastattelemalla saunan asiakkaita ja keräämällä aineistoa lomakekyselyllä paperilla ja sähköisesti. Tutkimusta varten haastateltiin 55 henkilöä. Paperisen kyselylomakkeen täytti 73 vastaajaa ja 74 vastaajaa osallistui kyselyyn sähköisellä e-lomakkeella. Yhteensä tutkimukseen osallistui 202 henkilöä.

Vastaukset analysoitiin laadullisen (kvalitatiivisen) tutkimuksen sekä osin määrällisen (kvantitatiivisen) tutkimuksen menetelmin. Laadullisia menetelmiä haluttiin painottaa, koska haluttiin päästä mahdollisimman lähelle niin sanottua ”sisäpiirin näkökantaa”. Tämä korostui erityisesti tutkimuksen tavoitteessa selvittää syitä erolle miesten ja naisten kävijämäärissä.

Tutkimuksen perusteella Rajaportin saunassa kävi pääosin erittäin tyytyväisiä asiakkaita. Saunan hyviä löylyjä ja ainutlaatuista tunnelmaa kiiteltiin vastaajasta toiseen. Esille tuli myös Rajaportin historiallisesti merkittävä arvo Suomen vanhimpana edelleen toiminnassa olevana yleisenä saunana, sekä kansainvälisestikin kiinnostavana kulttuurikohteena.

Tutkimuksen avulla tuotettujen toimenpide-ehdotusten avulla asiakkaiden viihtyvyyttä voidaan entisestään parantaa. Tilaussaunapalvelua olisi mahdollista kehittää ohjelmallisia paketteja tarjoamalla. Lisää naisasiakkaita houkuttelisivat erilaisia hoidot ja teema-illat. Saunan kahvilan toimintaan voitaisiin lisätä elävää musiikkia ja kulttuuripahtumia.

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, saunakulttuuri, yleiset saunat, Rajaportin sauna.

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Business-Based Financial Management and Business Law

LEHTOMÄKI HANNA:

Customer Satisfaction with Rajaportti Sauna

Bachelor's thesis 46 pages, appendices 3 pages

April 2014

The purpose of this thesis was to measure the current level of customer satisfaction with Rajaportti Sauna, to explain the essential factors that affect customer satisfaction and to generate proposals for action. One of the main targets was to promote the development of Rajaportti block as a tourist attraction. The study was commissioned by The Pispala Sauna Association.

The theoretical framework of the study traces the cultural history of sauna and the possible trends affecting future development, and explores customer orientation and the relevance of customer satisfaction survey. The survey was carried out from March to August 2013 by interviewing the customers of Rajaportti Sauna and collecting data by a paper-and-pencil and a web-based questionnaire. Altogether 202 persons participated in the survey.

The answers were analyzed by the methods of qualitative research and partly of quantitative research. Qualitative methods were emphasized to achieve understanding of the point of view of a customer and to get as close to the so called “inside view” as possible. This came out especially in the target of the study to explain the reasons for the difference between male and female attendance.

According to the survey, the customers visiting Rajaportti Sauna were mainly highly satisfied. The historically significant value of Rajaportti Sauna as the oldest Finnish public sauna still being used and even international interest in it as a cultural attraction was recognized.

With the help of proposals for action achieved by the survey, the customer satisfaction can be improved further. Charter Sauna Service could be developed by offering entertainment packages. Different treatments and theme evenings would attract more female customers. Live music and cultural events could be added to the activities of Sauna Café.

Keywords: customer satisfaction, sauna culture, public saunas, Rajaportti Sauna.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUKSEN TAUSTA.....	6
2.1 Entisajan sauna	6
2.2 Sauna kirjallisuudessa ja kuvataiteessa.....	8
2.3 Yleiset saunat	10
2.4 Saunatutkimus.....	11
2.5 Tulevaisuuden trendit	12
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	14
3.1 Palvelut	14
3.2 Asiakasymmärrys.....	15
3.3 Asiakaslähtöisyys.....	15
3.5 Asiakastyytyväisyys.....	16
3.6 Segmentointi	17
3.7 Maine, imago ja brändi	17
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET	20
4.1 Toimeksiantajan esittely	20
4.2 Tutkimusmenetelmä.....	21
4.3 Tutkimuksen toteutus.....	24
4.4 Tutkimustulokset	24
4.4.1 Vastaajien taustatietoa	24
4.4.2 Saunomistiheys	27
4.4.3 Saunakorttelin palveluiden käyttö	27
4.4.4 Tyytyväisyys saunan hintoihin	28
4.4.5 Lapsiystävällisyys	28
4.4.6 Kahvila.....	29
4.4.7 Miksi saunot Rajaportin saunassa?	32
4.4.8 Saunakokemus	34
4.4.9 Naiset asiakkaina	35
4.4.10 Kehittämiskohteet	37
5 YHTEENVETO JA PÄÄTELMÄT	39
LÄHTEET	41
LIITTEET	44

1 JOHDANTO

Entisaikaan saunassa synnytettiin lapset, käytiin morsiussaunassa, pestiin pyykit, idätettiin maltaat ja laitettiin vainajat hautauskuntoon. Suurella osalla suomalaisista on edelleenkin henkilökohtainen tunneside saunaan. Tampereella Pispalan valtatievarressa sijaitsevasta Suomen vanhimmasta edelleen toiminnassa olevasta yleisestä Rajaportin saunasta on ihmisille ehtinyt karttua kokemuksia yli sadan vuoden aikana.

Omat ensimmäiset muistoni Rajaportin saunaan ajoittuvat 1990-luvun loppuun, jolloin asuin läheisessä puukerrostalossa. Talossa oli puulämmitys ja kylmä vesi, joten kävin Rajaportilla vakituisesti peseytymässä. Jo silloin oli selvää, että Rajaportin saunassa ei puhdistunut pelkästään ruumis, vaan myös mieli.

Enää en asu Pispalassa, mutta Rajaportin saunaan palaan aina kun kaipaen erityisen hyviä löylyjä. Rajaportin sauna on ykköskohde, kun haluan tarjota ulkomaalaisille vieraileni autenttisen paikallisen elämyksen. Olen vienyt Rajaportille ranskalaisia, saksalaisia, englantilaisia, irakilaisia, taiwanilaisia, intialaisia, ukrainalaisia, turkkilaisia, venäläisiä ja brasilialaisia vieraitani. Rajaportin sauna on samaan aikaan kyläyhteisön kohtamispaikka ja kansainvälisiä matkailijoita kiinnostava suomalaista kulttuuriperintöä edustava kohde.

Kun Rajaportin saunan toiminnasta vastaava Pispalan saunayhdistys halusi teettää kävijöistään asiakastyytyväisyystutkimuksen, tartuin tehtävään mielelläni. Tutkimukseen osallistui yhteensä 202 asiakasta. Tutkimuksella haluttiin selvittää kävijöiden asiakastyytyväisyyttä ja kartoittaa mahdollisia palvelun kehittämiskohteita. Aiempaa tutkimusta asiakkaiden tyytyväisyydestä ei ollut.

Rajaportilla käy vuosittain noin 20 000 saunojaa. Kävijätilaston mukaan miesten osuus asiakkaista on yli kaksinkertainen naisasiakkaisiin nähden. Yhtenä tutkimusongelmana oli selvittää syitä eroon miesten ja naisten kävijämäärissä, sekä löytää keinoja naisasiakkaiden houkuttelemiseksi. Asiakkaiden haastattelu paikan päällä mahdollisti syventävät kysymykset, ja sopi tutkimusmenetelmäksi, kun vastaukset perustuivat yksilön omaan kokemukseen. Tutkimukseen pystyi osallistumaan myös täyttämällä paperisen tai sähköisen lomakkeen.

2 TUTKIMUKSEN TAUSTA

2.1 Entisajan sauna

Kaukainen muinaissuomalainen, halutessaan hikoilla ja puhdistautua, kuumensi kuopassa eli saunassa kiviä, peitti kuopan louteella kodan tavoin, valoi vettä kiville ja vihtoi ihoaan vastalla. Siinä oli sauna!

Näin kuvaa suomalais-ugrilaisen kansatieteen oppituolin haltija Kustaa Vilkuna maakuoppaan rakennettua saunaa 1950 diplomi-insinööri, yhteiskuntatieteiden lisensiaatti ja filosofian tohtori Tuomo Särkikosken teoksessa *Kiukaan kutsu ja löylyn lumo* (2012). Sauna kuului Suomen suvun ikiaikaisiin tapoihin ja kansalliseen kulttuuriperintöön. Suomalaisen saunan alkuperä jäljitetään suomalaisten maakuoppa-asumuksiin, josta se kohosi maanpinnan yläpuolelle ja kehittyi hirsisalvospirtiksi. Pohjolan asukkaat asuttivat savupirttejä, joissa kiuas oli pirtin keskellä. Savusauna on säilyttänyt lähes nykyisen muotonsa 400-luvulta. Särkikosken mukaan historiallinen tutkimus näkee saunan yleisemmin osana kylpymuotojen kehitystä, joten omaksi keksinnöksemme emme sitä voi väittää. Suomalainen sauna voidaan kuitenkin nähdä omana saunatyypinään muiden saunatyypien rinnalla. (Forsell 2007, 23; Särkikoski 2012, 15, 262.)

Suomalaisen saunan lisäksi eri kansojen perinteistä löytyy lukuisia erityylishä kylpykulttuureja, kuten roomalaisten, unkarilaisten ja kelttien kylvyt, japanilaisten furo, buddhalaisten temppelisaunat, turkkilaisten hamam ja intiaanien hikimajat. Kehon puhdistautumisen lisäksi kylpykulttuureihin on liittynyt läheisesti myös uskonnolliset menot, sairauksien parantaminen, rituaalit, ruumiinharjoitukset, rentoutuminen, seurustelu ja viihtyminen. Höyryn ja löylyn puhdistava vaikutus on kosketanut ruumista, sielua ja koko henkistä olemusta. (Forsell 2007, 52.)

Sana ”löyly” tarkoittaa suomensukuisissa kielissä henkeä, hengitystä ja elämänvoimaa. Kiukaasta nouseva löylyn henki on kansanperinteessä uskomusten ydin yhdessä vihdan parantavien voimien kanssa. Löylyn henkeä, pyhän saunatilan suojelijaa, tervehdittiin aikoinaan saunaan mennessä joko elein tai sanoin. Näin valmistauduttiin pyhäksi

koettuun tapahtumaan. Saunassa tuli käyttäytyä siivosti, toraamatta. Talonväen saunottua saunan haltijalle jätettiin jälkilöylyt ja jouluisin puurolautanen (Vuorenjuuri 1968, 226 – 227; Forsell 2010; Taskinen 2011, 43).

Keskiajalla Suomi kuului saunakulttuurin suureen alueeseen. Vanhimpiin Suomessa painettuihin saunaa koskeviin lähteisiin kuuluvassa professori Micael Wexioniuksen vuonna 1650 Turussa painetussa väitöskirjassa *”Yhteenvento Sveanmaan, Göötanmaan ja Suomen ja niihin kuuluvien maakuntien kuvauksesta tarkemmin kuin mitä koskaan on julkaistu”* todettiin suomalaisten käyvän saunakylvyissä erittäin uutterasti: ”Saunasta poistuessaan he valelevat kovimmallakin pakkasella paljasta ruumistaan hilpeinä ja iloisina jään ja lumen sekaisella vedellä, jota he ovat ammentaneet kaivosta, joesta tai merestä.” Eroa ”suomalaisen” ja ”ruotsalaisen” saunan välillä ei voitane Ruotsi-Suomen valtakunnassa tehdä ennen 1700-luvun puoliväliä. 1700-luvun alusta alkaen sauna alkoi muuttua yhä enemmän juuri pohjoismaiseksi käsitteeksi samalla kun se vähitellen hävisi Keski-Euroopasta kirkon huolestuessa saunan turmiollisesta vaikutuksesta. Sauna säilyi ainoastaan joissakin syrjäseutujen kaupungeissa ja kylissä Alppien laaksoissa, Pohjolan perukoilla ja Venäjällä. Ruotsissa kansaa alettiin valistamaa polttopuun käytöstä ja saunominen siirtyi vain joulunviettoon kuuluvaksi tavaksi. Suomessa sen sijaan puuta oli riittämiin. (Vuorenjuuri 1968, 305 – 307; Heikura 2001; Forsell 2007, 19 – 20; Forsell 2010.)

1800-luvulle tultaessa alkoivat valistuneittenkin mielipiteet saunasta kääntyä jälleen myönteisiksi. Otto Fredrik Wetterhof selvitti Kuninkaalliselle Suomalaiselle Talousseuralle vuonna 1807: ”Historia todistaa, että saunominen on terveellistä ja edistää haihtumista. Saunominen on nautinnoista miellyttävimpiä, siitä voi kuka tahansa vakuuttua. Todeta voi myös, että työläisluokka tuntee saunottuaan olonsa virkistyneeksi ankarimpienkin töiden jälkeen, ilahtuu ja pystyy taas uusiin ponnistuksiin.” (Vuorenjuuri 1968, 314.)

Suomen siirryttyä Ruotsin vallasta Venäjän keisarin alaisuuteen tärkeimmät vaikutteet saapuivat idästä. Myös itäsuomalaiset tapamme ja kiehtova ”karjalainen muinaisuutemme” saivat uutta merkitystä. (Vuorenjuuri 1968, 317.) Vanhalla karjalanmurteella sauna on ”kyly”. Karjalaisella näihin päiviin saakka säilyneellä itkurunoudella, ”itkuvirsillä”, oli vainajien pesemisen yhteydessä rituaalinen ja maaginen funktionsa. Itkuvirsillä, joista kansa käytti termiä ”ianella itku”, valmisteltiin vainajan

siirtymistä tuonilmaisiin. Neitsytkyly oli yksi tärkeimpiä häihin liittyviä seremonioita ja siihen kuului lukuisia itkuvirsiä. Kylyvirret olivat hyvin katkeria, jopa traagisia, kun neitsyt luopui neitsyeen statuksesta, erottui omasta suvustaan ja suvun haltioista. (Stepanova n.d.)

Savusaunaa paloturvallisemmat ulossavuavat kiukaat yleistyivät kaupunkisaunoissa. 1900-luvulla muurattu kiuas harvinaistui ja pöytäkiuas yleistyi. Sauna muuttui suuresti kun 20- ja 30-luvuilla saunojen hirsirakenteesta luovuttiin ja saunoja alettiin rakentaa laudasta. Seinät täytettiin sahanpurulla, lattia valettiin betonista ja sen suojaksi asetettiin irrallisia puurituloita. Nurkassa oli muuripata, jonka alla oli tulipesä. Lauteetkin muuttivat muotoaan. Sotia seuranneella pula-ajalla keksittiin puuta säästävä tapa lämmittää sauna jatkuvalämmitteisellä, kamiinamallisella kiukaalla. Sähkökiukaan myötä sauna ei tarvinnut enää piippua ja tulta, joten sen saattoi sijoittaa sisälle asuntoihin. Lämpimurtonsa suomalaisten kotien vakiovarusteeksi sähkökiukaat tekivät 1970-luvulta alkaen. (Vuorenjuuri 1968, 346; Dahlgren 2001, 23; Taskinen 2011, 18 – 19.)

2.2 Sauna kirjallisuudessa ja kuvataiteessa

Kirjallisuudessamme Kalevala on vakiinnuttanut saunan ja kylpemisen kuvauksen. Löyly, jonka sanottiin olevan ”Väinämöisen hikeä”, loi yhteyden samanistisen maailmankuvan mukaisesti eri maailmojen välille, sekä ylös että alas ja tuonpuoleiseen, kuten Kalevalassa Tuonelaan. Saunan pyhään tilaan syntyi symbolinen yhteys saunojien välille (mikrokosmos) ja tuonpuoleiseen elämään (makrokosmos). Saunassa tapahtuvan henkilökohtaisen parantumisen nähtiin olevan yhteydessä maailmankaikkeuteen siten, että yksilön oli helpompi toipua, kun hän tiesi sairautensa olevan osa tätä universumia. (Forsell 2007, 53 – 55.)

*Lämmitti kylyn metisen,
Vei on vettä verhossansa,
Vettä kolme korollista,
Ve'et lemmen lähtehestä,
Heraisesta hettehestä.
Laati pikkuisen poroa,
Lipeästä liuvahutti,*

*Ytelmäistä saipuata,
Saipuata sähköyväistä,
sähköyväistä, suihkivaista,
Sulhon pään pesettimeksi,
Vartalon valattimeksi.*

(Vuorenjuuri 1968, 317)

Kansanrunoudesta ja kaunokirjallisuudesta löytyy runsaasti myyttejä, jotka perustelevat kertomuksin saunan löylyssä koettavan yhteyden jumaliin, vainajiin ja henkiin. Taika- ja noitasaunoissa nainen oli yleensä toimintojen keskeinen henkilö. Keskiajalta peräisin olevissa loitsuissa rukoihtiin Neitsyt Mariaa auttajaksi saunassa. (Forsell, 2010.) Suurin osa saunakirjallisuudesta käsittelee kansanperinnettä sekä rakennushistoriaa. Kaupunkien kansansaunoista ja siitä miten saunojat itse kokevat saunomisensa on sen sijaan kirjoitettu yllättävän vähän. (Kivimäki & Laiho 1996, 4.) Sangen harvinaisen kaupunkisaunamatkan kuvauksen kirjoitti Juhani Aho lastussaan vuonna 1912 kuulusta kylpijästä Sasu Punasesta. Sasu Punanen vieraili kertomuksessa Miinan saunassa, koska ei huolinut muita kylvettäjiä. (Vuorenjuuri 1968, 334.) Lastussaan *Kotoinen kylyni* Juhani Aho muistelee saunaa:

Se vanha, rakas saunani, se oikein suomalaisen saunan ihanne, se pysyvin muinaismuisto esi-isäin Altain takaisilta ajoilta. Minä tahdon nyt sen etuja ylistää ja julistaa maailmalle sen maineen, tuon vaatimattoman harmajan huoneen, joka alempana muita, notkoon menevän tien varressa kyyröttää kuin pienuuttaan paossa eikä ketään häiritse. Enkä minä suotta vanhan saunani avuja ylistäkään. Sillä sen nokiset seinäthän ne näkivät minun maailmaan syntyvän, ja nehän ne kuulivat minun ensi itkuni.

(Vuorenjuuri 1968, 349)

Kotimaisessa kuvataiteessa sauna-aiheita on verrattain vähän. Tähän on saattanut vaikuttaa halu säilyttää saunaan liittyvä intymiteettisuoja. Yksi merkittävistä saunateoksista on Akseli Gallen-Kallelan maalaus *Saunassa* vuodelta 1889 (kuva 1).

Maalauksessa Keuruun Ekolan torpan väki kylpee yhtä aikaa. Gallen-Kallelan *Kalevala*-teoksessa Aino on vihdanteossa ja Väinämöinen on tulossa kosimaan häntä kauniina kirkkaana kesäiltana. Hugo Simberg on kuvannut tunnelmallisia ulkokuvia saunarakennuksista, kuten *Maaliskuun hankia*, ja Eero Järnefelt naiskauneutta maalauksessaan *Tyttö saunassa*. (Forsell 2007, 52 – 57.)



Kuva 1. Saunassa, Akseli Gallen-Kallela 1889

(Kuva: Hanna Lehtomäki 2014)

2.3 Yleiset saunat

Yleiset saunat olivat kaupunkien asukkaiden ahkerassa käytössä 1940-luvulla. Omia saunoja ei kaupungeissa juurikaan ollut ja viikkosaunominen tapahtui yleisissä saunoissa.

Maksullisissa saunoissa tarjottiin myös erilaisia palveluita, kuten pesua, hierontaa ja kuppauksia. Saunottajia oli Suomessa tuohon aikaan satoja. Saunoissa viihdyttiin ja luotiin ystävyysseuroja. (Vuorenjuuri 1968, 331; Forsell 2007, 30.) Talouden nousun myötä yleiset saunat vähenivät erityisesti sen vuoksi, että kerrostaloihin alettiin lisätä rakentamisen yhteydessä asukkaiden käyttöön tarkoitettuja saunatilat. Yhä useammalle tarjoutui mahdollisuus myös oman saunan hankkimiseen. (Karjalainen 2011, 13.)

Sittemmin yleinen sauna, joka oli keskiajalla tuttu kaikkialla Euroopassa, on vanhassa muodossaan lähes hävinnyt. Tampereella nykyisin toimivia yleisiä saunoja ovat Rajaportin saunan lisäksi ainakin talviuimareiden käyttämät Rauhaniemen kansankylpylä, Kaupinon sauna, Kaukajärven sauna ja Suomensaaren sauna, sekä uimahallien yhteydessä olevat saunat. Vuonna 1906 toimintansa aloittanut Rajaportin sauna on Pispalan aiemmin kahdestatoista yleisestä saunasta ainoa edelleen alkuperäisessä käytössään oleva yleinen sauna (Kivimäki & Laiho, 2013. 107.)

2.4 Saunatutkimus

Ensimmäinen tutkimus suomalaisesta saunasta lienee ruotsalaisen lääketieteen kandidaatti Anton Rolandssonin vuonna 1765 julkaisema ”*Fysiologisia tutkimuksia ja havaintoja suomalaisen rahvaan käyttämien saunojen hyödyistä ja haitoista*”. Tuohon aikaan saunottiin valtakunnan kaikissa kolkissa, kuitenkin eniten Suomessa lähellä Venäjän rajaa. Tutkimalla kuumuuden vaikutusta ruumiiseen lämpömittarin avulla ja kuuntelemalla sydämen toimintaa Martin totesi, että harvoin ja kohtuullisissa löylyissä kylpevät tunsivat olonsa merkillisen iloiseksi ja kevyeksi, mutta päinvastoin kävi jos saunoi liian usein liian kuumassa tai jos saunoi heti syömästä päästyään. Tutkimuksen mukaan kolmen vartin mittainen köysi ja yhtä pitkä nahkaremmi lyhenivät 62 asteen lämmössä kolmasosan tuumaa. (Vuorenjuuri 1968, 301 – 304.)

Saunatutkimus keskittyi aikoinaan lähinnä fysiologisiin ja lääketieteellisiin ongelmiin (Forsell 2007, 11). Vuosien varrella tutkimuksia on tehty myös teknologian, luonnontieteiden, yhteiskuntatieteiden ja muiden tieteen alojen puitteissa. Tutkimukset ovat koskeneet niin terveyttä, rakennus- ja laiteteknologiaa, käyttö- ja ylläpitoratkaisujen kehittämistä, puunpolton, tulisijojen ja pienhiukkasten tutkimusta, energiatehokkuutta, kauneudenhoitoa, saunahoitoja kuin kansainvälistä imagoakin. Vuonna 1937 perustettu

Suomen saunaseura on kerännyt tietoa saunan historiasta ja suomalaisten saunomistavoista sekä saunomisen fysiologiasta, ja kehittänyt sauna-arkkitehtuuria ja kiuastyyppejä yhteisissä tutkimushankkeissa muun muassa Työterveyslaitoksen, yliopistojen ja Kansanrunousarkiston kanssa (Särkikoski 2012, 185.) Suomalaisten yleisten kaupunkisaunojen tutkimus on ollut vähäistä ja niiden kuvaukset puuttuvat melkein tyystin (Vuorenjuuri 1968, 326).

2.5 Tulevaisuuden trendit

Halu etsiä onnellisuutta leppoisan elämänrytmin avulla on osa kulttuurista megatrendiä (Demos Helsinki, 2010). Painopisteen siirtyminen tavaroitten paljoudesta palveluiden kuluttamiseen antaa mahdollisuuksia kestävämpään yhteiskuntaan (Ympäristöministeriö 2014). Michael Porterin ja Mark Kramerin *jaetun arvon* konseptin (shared value) mukaan kannattava liiketoiminta riippuu tulevaisuudessa yhä enemmän siitä miten sosiaalisten ja ekologisten tavoitteiden edistäminen on viety organisaatioiden toimintaan ja strategiaan ja miten niistä on tehty kilpailuetu (Bärlund&Perko 2013, 20).

Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulusta, markkinoinnin ja johtamisen laitokselta väitellyt Paavo Järvensivu kirjoittaa *Degrowth.fi* -blogissaan taloushegemoniasta vapaan sosiaalisen ja kulttuurisen hyvinvoinnin puolesta. Järvensivun mukaan nykyisen elintapamme uhatessa hyvinvointiyhteiskuntaa ovat konkreettiset toimenpiteet kestävän ja laadukkaan tulevaisuuden puolesta tärkeitä. Materiavirtoja pienentämällä voimme säilyttää ihmiselämää kannattelevat ekologiset järjestelmät. (Järvensivu 2013.)

Yhä useampi on huomannut, että rikasta elämää on mahdollista elää ilman oletusta alati kasvavasta kulutusvoimasta (Demos Helsinki, 2010). Pariisin yliopiston taloustieteen emeritusprofessori Serge Latouche on todennut talouden liikakasvun tyssäävän äärellisen biosfäärin rajoihin. Yksilöiden omien valintojen kautta tapahtuva kohtuullistaminen, *downsiftaus*, tähtää mielekkään tulevaisuuden rakentamiseen järjestämällä hyvä elämä huomattavasti pienempien ainevirtojen varaan. (Latouche 2010, 29, 127– 128.)

Mielekäs yhdessä tekeminen ja kokeminen lisäävät ihmisten onnellisuutta, ja ihmiskeskeisiin palveluihin käytetyn ajan ja rahan ympäristövaikutukset ovat pääsääntöisesti vähäisemmät kuin materiaalisessa kulutuksessa. Tukemalla henkisesti ja

fyysisesti terveitä elämäntapoja ja vahvistamalla ennaltaehkäisyn tai sairauden parantumisen kannalta keskeisiä yhteisöjä luodaan yhteiskunnassa hyvinvoinnin kulttuuria. Hyvät yhteiset tilat ja palvelut antavat elintilaa ja rakentavat merkityksellisiä kohtaamisia luonnonvarojen käytön ja onnellisuuden kannalta tehokkaammin. (Demos Helsinki 2010.) Tänä päivänä hiljaisuutta ja rauhaa etsitään uudenlaisista paikoista ja siitä ollaan jopa valmiita maksamaan. Liikunta- ja hyvinvointikeskukset ovat alkaneet tarjoamaan saunajoogaa uusimpien lajien joukossa minilomaksi arjen keskelle. (Vainio 2012, 62.)

Aalto-yliopiston Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutusryhmä YTK:n *Urbaanin asumisen tulevaisuuden konseptit* -tutkimushankkeessa pohdittiin asumisen ympäristönäkökohtia kuluttajälhtöisesti. Ekologisemman yhteiskunnan vaatimat muutokset tulevat kuluttajille näkyviin arjessa eteen tulevana moniulotteisina päätöksinä. Keskusteluissa energiankäytön tehokkuuteen liitettiin myös yhteiskäyttöiset saunat. Yhdessä saunomalla ja puulämmitteisiä kiukaita suosimalla voidaan säästää energiaa. (Väliniemi & Rask, 2010.)

Ulkoasianministeriö totesi kansainvälisten kauppaa- ja taloussuhteiden katsauksessaan *Maailman markkinat 2012*, että yhteiskunnallisessa keskustelussa kasvun kestävyyydestä sosiaalinen ja ekologinen kestävyys ja resurssien tehokas käyttö nähdään nykyään yhä enenevässä määrin myös liiketoimintamahdollisuutena (Ulkoasiainministeriö 2012).

Sauna from Finland ry:n toiminnanjohtaja Carita Harjun mukaan suomalaisen saunan kaupallistamisen ja kansainvälisen brändäämisen aika on nyt. Sauna from Finland Oy:n yhdessä Matkailun edistämiskeskuksen kanssa 2011 teettämässä suomalaisen saunan kansainvälisessä imago tutkimuksessa saunalla todettiin olevan erittäin positiivinen maine kansainvälisesti ja sauna yhdistettiin vahvasti Suomeen. Tutkimuksen perusteella 76 prosenttia Suomeen matkaavista haluaisi kokea suomalaisen saunan matkallaan. Suomalaisella saunalla on siten suuri kaupallinen potentiaali hyvinvointimatkailun vetovoimatekijänä. (Lapin liitto 2011; Matkailunedistämiskeskus 2011; Hietasaari 2012; Sauna from Finland verkosto 2014.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

3.1 Palvelut

Rajaportin saunakortteli on Tampereen kaupungin omistuksessa. Saunakorttelin palveluista vastaa kolmannella sektorilla toimiva Pispalan saunayhdistys ry. Tutkimuksessa selvitettiin Rajaportin saunan asiakkaiden nykyistä tyytyväisyyden tasoa sekä asiakkaiden mielikuvia Rajaportin saunakorttelista.

Palvelut määritellään usein kirjallisuudessa aineettomiksi erotuksena fyysisistä tuotteista. Palveluiden hankkiminen ei johda minkään omistukseen. Palveluita käytettäessä niitä kuvataan yleensä subjektiivisesti ja niitä luonnehditaan tunteesta ja kokemuksesta käsin. Palveluiden tärkeimpänä piirteenä voidaan pitää niiden prosessiluonnetta. Palvelut ovat usein suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa tapahtuvista toiminnoista koostuvia prosesseja, jotka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Asiakas ei ole ainoastaan palvelun vastaanottaja, vaan osallistuu palveluprosessiin myös tuotantoresurssina. Asiakas on siis palvelun kanssatuottaja. Palvelun kuluttaminen tarkoittaa pikemminkin prosessin kuin lopputuloksen kuluttamista. Pyrkimyksenä on tukea asiakkaan prosesseja arvoa tuottavalla tavalla. (Grönroos 2009, 79–82, 86.)

Palveluita tuottavien organisaatioiden haasteena on entistä asiakaslähtöisempien ja entistä enemmän arvoa tuottavampien palveluiden sekä kokonaisvaltaisten palvelutarjoomien kehittäminen. (Grönroos 2009, 35, 59–60.)

Kolmannella sektorilla viitataan kansalaisyhteiskunnan järjestöihin ja yhdistyksiin, jotka eivät tavoittele taloudellista voittoa. Jos vuotuista voittoa syntyy, se sijoitetaan takaisin toimintaan. Kolmannen sektorin toimijoita kutsutaan ”*non profit*” eli ”*voittoa tavoittelemattomiksi*” organisaatioiksi. Patentti- ja rekisterihallituksen tilastojen mukaan Suomessa oli vuoden 2014 alussa 135 000 yhdistystä. (Jyväskylän yliopisto 2014; Patentti- ja rekisterihallitus 2014.)

3.2 Asiakasymmärrys

Asiakkaan kuuntelun tuloksena syntyvällä tietämyksellä ja sen luovalla tulkinnalla on mahdollista saavuttaa kilpailuetuja. Asiakkaan kuuntelu organisaation toimintatapana voi olla arkipäiväistä kuulolla olemista tai sitä kohti voidaan edetä systemaattisemmin ja analyyttisemmin pyytämällä palautetta erilaisten kyselyjen avulla. Asiakkaan kuuntelussa tavoitellaan ymmärrystä asiakkaan ajatuksista ja toiminnasta. (Selin&Selin 2005, 180; Mattinen 2006, 9, 46.)

Asiakkaista pääosin passiivisesti ja historiapainotteisesti kertynyttä informaatiota, kuten sopimustietoja ja tietoja osto- ja maksukäyttäytymisestä, kutsutaan asiakastiedoksi. Tällainen tieto tallennetaan usein muuhun käyttöön, kuten laskutusta varten. Vielä useammin se jää hiljaiseksi tiedoksi. Asiakastieto jalostuu asiakasymmärrykseksi, kun asiakkaan preferensseistä ja käyttäytymisestä luodaan perusteltu näkemys, jonka avulla organisaatio voi tunnistaa asiakkuuden tulevaisuuden mahdollisuuksia tai asiakkuuden jatkuvuuteen liittyviä riskejä. Asiakasymmärryksen pohjalta muodostuvia toimenpiteitä voidaan suunnitella kustannustehokkaasti ja kasvattaa siten markkinaosuutta kilpailijoihin nähden. (MATTINEN 2006, 167; Lumijärvi toim. 2007, 119; Korman&Arantola 2009, 90– 91.)

Nokian palveluksessa Consumer Insight -johtajana työskentelevän kauppatieteiden tohtori ja kasvatustieteen maisteri Oskar Korkmanin (2009) mukaan haastatteleamalla asiakkailta voidaan saada syventävää tietoa sekä uusia näkökohtia. Ymmärtämällä asiakkaan käytännön toimintaa ja arkea nähdään kehittämiskohteet omassa toiminnassa konkreettisemmin. (Järvinen&Järvinen 2004, 146; Korman&Arantola 2009, 7, 96, 130.)

3.3 Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys on asiakkaiden tarpeisiin vastaamista. Tavoitteena on tunnistaa kehittymässä olevat suuntaukset ja kehittää tuotteita ja palveluita joille on ”tilaus”. Asiakaslähtöinen toiminta edellyttää asiakkuuksien tuntemusta. Asiakkaiden ääni on mahdollista saada kuuluviin hyödyntämällä asiakastyytyväisyystutkimuksia sekä arjen kohtaamisissa syntyvää informaatiota. Vastuuta asiakasrajapinnassa tapahtuvasta asiakaspalautteen keräämisestä ja raportoinnista voitaisiin laajentaa

asiakaspalvelutoiminnoista koskemaan koko organisaation asiakkaita kohtaavaan henkilöstöön. Asiakaspalautteen keräämisen systemaattisuus edesauttaa tiedon päätymistä hyödynnettäväksi toiminnan kehityksessä koko organisaation tasolla. (Aarnikoivu 2005, 37– 38, 67– 69; Lumijärvi toim. 2007, 106; Valvio 2010, 67.)

Asiakastyytyväisyystutkimukset, joiden avulla kartoitetaan asiakkaan kokemuksia ja tarpeita, mahdollistavat toiminnan kehittämisen asiakaslähtöisesti. Asiakkaan arvostuksen osoittaminen on muuttuvien markkinoiden tilanteessa organisaatioiden elinehto, sillä asiakkaat määrittävät organisaation kannattavuuden. Organisaatioiden on tunnettava eri asiakasryhmien tarpeet ja kyettävä vastaamaan niihin. Sekä asiakas että organisaatio hyötyvät asiakkaan ja organisaation välisestä kumppanuussuhteesta, jossa korostuu asiakaspalautteen merkitys toimintaa ohjaavana tekijänä. (Aarnikoivu 2005, 14, 67; Lumijärvi toim. 2007, 105.)

3.5 Asiakastyytyväisyys

Hyvällä johtajalla on oltava käytössään välineet, joilla hän on selvillä asiakkaiden asenteista organisaation tuotteita ja palveluita kohtaan (Niskanen 2013, 149). Asiakkaan tyytyväisyys on suorituskyvyn mittari, joka kertoo onnistumisesta (Pitkänen 2006, 179). Onnistumisten huomiointi lisää myös henkilöstön motivaatiota, mikä synnyttää positiivisen kierteen palveluprosessissa (Ojanen 2010, 149).

Tyytyväinen asiakas tulee uudestaan. Mahdollisimman monet pitkäaikaiset asiakassuhteet ovat organisaatiolle kannattavia, sillä uuden asiakkaan hankkiminen on jopa viisi kertaa työläämpää kuin nykyisten asiakkaiden säilyttäminen. Tyytymättömän entisen asiakkaan voittaminen takaisin vaatii sitäkin enemmän markkinointiponnistuksia. Lisäksi menetetyt ja tyytymättömät asiakkaat viestivät kielteisesti. 3/11 säännön mukaan hyvästä palvelusta kerrotaan kolmelle ja huonosta 11 henkilölle. Jokaista reklamaatiota kohden on tutkimuksissa osoitettu olevan 25 muuta valitusta, jotka kantautuvat asiakkaiden omien verkostojen korviin. Palveluntuottajan on hyvä olla selvillä palvelusuhteen päättymiseen johtaneista syistä. Asiakasmenetyksiä on havaittu tapahtuvan eniten asiakkaan huonon kohtelun ja asiakaspalvelun seurauksena.

(Aarnikoivu 2005, 22, 34, 45; Grönroos 2009, 348–349, 420; Valvio 2010, 50, 54, 70; Löytänä&Kortesuo 2011, 211.)

3.6 Segmentointi

Segmentoinnin avulla kullekin asiakasryhmälle on mahdollista kohdistaa toimenpiteet, joissa huomioidaan kyseisen asiakasryhmän ominaispiirteet. YTM Henrietta Aarnikoivun (2005) mukaan segmentoinnilla tarkoitetaan ”kokonaismarkkinoiden lohkomista asiakkaiden tarpeiden ja ostokäyttäytymisen perusteella selkeästi erottuviin osiin eli segmentteihin”. Samaan segmenttiin kuuluvilla asiakkailla on suhteellisen samantyyppiset palvelutarpeet. Toisistaan poikkeavat segmentit on tavallisesti hyvä pitää erillään, ja valita kohderyhmiksi yksi tai muutama segmentti. (Aarnikoivu 2005, 41; Grönroos 2009, 423.)

Riittävän syvällistä ymmärrystä asiakaskunnastaan omaava organisaatio pystyy luomaan eri asiakasryhmilleen merkityksellisen asiakaskokemuksen, mikä lisää asiakasuskollisuutta. Asiakasymmärrystä hyödyntävä yritys pystyy tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa tuottavia palvelukokonaisuuksia ydintuotteen ympärille ja synnyttämään siten uusia liiketoimintamalleja. (Lumijärvi toim. 2007, 106.)

3.7 Maine, imago ja brändi

Asiakasuskollisuuden lujittumisen, työntekijöiden motivaation ja tuottavuuden kasvun lisäksi organisaatioon kohdistuvia asenteita kuvaavan brändiarvon kasvamista pidetään edelläkävijäaseman saavuttamisen vaikuttavuutta mittaavana indikaattorina (Bärlund&Perko 2013, 211– 212).

Menestyvältä organisaatiolta edellytetään maineen merkityksen tiedostamista ja ponnisteluja toivotun maineen ansaitsemiseksi. Maine perustuu organisaation todellisen toiminnan pohjalta rakentuviin mielikuviin ja kokemuksiin. Maineeseen olennaisesti liittyviä käsitteitä ovat imago ja brändi, joita luodaan ja joihin voidaan vaikuttaa markkinointiviestinnän keinoin. (Aarnikoivu 2005, 33– 34.)

Mielikuva tai imago on kaikkien niitten käsitysten, kokemusten, tietojen, asenteiden, tuntemusten ja uskomusten summa, joita yksilöllä, yhteisöllä tai sidosryhmällä on organisaatiosta tai jostain sen toimintaan liittyvästä asiasta. Mielikuvat ovat subjektiivisia käsityksiä. Ne eivät ole vääriä tai virheellisiä vaikka ne eivät vastaisikaan sitä kuvaa, joka organisaatiolla itsellään on omasta toiminnastaan. Kuitenkin organisaatio voi itse vaikuttaa siitä syntyviin mielikuviin. Hyvä toiminta ja viestintä niin organisaation sisä- kuin ulkopuolellakin luovat hyvää imagoa. (Vuokko 2010, 190– 191.)

Imago vaikuttaa kaikkiin organisaation sidosryhmiin:

- asiakkaat: onko organisaatio sellainen että sen palveluita halutaan käyttää
- henkilöstö: halutaanko sinne hakeutua töihin, halutaanko siihen sitoutua
- päätöksentekijät: onko organisaation toiminta merkityksellistä, kuinka valmiita sen toimintaan ollaan antamaan resursseja
- suuri yleisö: kuinka merkitykselliseksi organisaation toiminta katsotaan suhteessa muihin vastaaviin organisaatioihin, ovatko sen toiveet ja suunnitelmat tukemisen arvoisia
- yhteistyökumppanit: kuinka paljon ollaan valmiit kuluttamaan resursseja yhteistyösuhteen ylläpitämiseksi ja vahvistamiseksi
- tiedotusvälineet: onko organisaatio kiinnostava, onko sen toiminta tärkeää, kannattaako organisaatiota ja sen toimintaa tuoda esille
- kilpailijat: miten vakavana kilpailijana organisaatiota pidetään, halutaanko sen kanssa mieluummin kilpailla kuin tehdä yhteistyötä

(Vuokko 2010, 194)

Brändi (brand) määritellään usein lisäarvoksi, josta asiakas on valmis maksamaan enemmän kuin pelkästä tavallisesta tuotteesta. Brändi on lupaus jostakin. Maine syntyy siitä kuinka tuo lupaus lunastetaan. Brändi voi olla myös yritys, palvelu, henkilö tai idea, joka tunnetaan hyvin halutussa kohderyhmässä. Brändi voidaankin nähdä osana

organisaation aineetonta pääomaa ja organisaation kilpailuedun lähteenä. (Karjalainen 2009.)

Brändikokemus sisältää tuotteiden ja palveluiden fyysisten ominaisuuksien lisäksi niiden henkiset ominaisuudet. Brändin mahdollisuus ei kuulu pelkästään kuluttajamarkkinoille. Myös business-to-business -päätökset sekä sidosryhmien toiminta perustuvat logiikan lisäksi tunteisiin. Tuotteiden ja palveluiden ominaisuuksien lisäksi koko organisaation on vakuutettava asiakkaat ja yhteistyökumppanit. (Karjalainen 2009.)

Brändin johtamisessa sisäinen viestintä on keskeistä, koska brändin rakentamisessa on mukana koko organisaatio. Brändistrategian lanseeraus on syytä aloittaa sisäisen markkinoinnin keinoin omasta henkilökunnasta. Kun organisaation sisällä on yhteinen näkemys siitä, mikä kulloisessakin markkinatilanteessa on sen tärkein sanoma, henkilöstöstä tulee organisaation ydinarvojen ruumiillistuma ja avainkosketuspinta brändilupauksen täyttämisessä. (Karjalainen 2009.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

4.1 Toimeksiantajan esittely

Vuonna 1906 toimintansa aloittanut Rajaportin sauna on maamme vanhin edelleen alkuperäisessä käytössään oleva yleinen sauna. Rajaportin saunakortteli rakennettiin 1900-luvun alussa. Saunan pukuhuoneita laajennettiin 1920-luvulla ja vuonna 1931 yhteissaunojen kieltämisen jälkeen miesten ja naisten puoli erotettiin toisistaan ensin verholla ja myöhemmin väliseinällä. Sitten rakennus on säilyttänyt ulkoasunsa (kuva 2). (Pispalan saunayhdistys ry. 2014.)



KUVA 2. Rajaportin saunan julkisivu (Kuva: Hanna Lehtomäki 2014)

Saunassa on erikseen miesten ja naisten osastot. Väliseinällä päältä jaettu kiuas (kuva 3) ja vilvoittelupiha ovat yhteisiä. Lauteille mahtuu noin 12 henkeä kummallekin puolelle kerrallaan. Muulloin kuin yleisinä sauna-aikoina saunaa voi varata yksityiskäyttöön. Saunan yhteydessä toimii pieni kahvio. Kahvilassa on ruokailumahdollisuus 35 henkilölle ja terassilla 15 henkilölle. Kahvilan galleriassa pidetään vaihtuvia näyttelyitä. Saunakorttelissa toimii kaksi hierojaa ja tilaussaunojen yhteyteen on tilattavissa saunahoitoja. (Pispalan saunayhdistys ry. 2014.)



KUVA 3. Rajaportin saunan kiuas (Kuva: Hanna Lehtomäki 2014)

Rajaportin saunassa käy vuosittain noin 20 000 saunojaa. Saunakortteli on Tampereen kaupungin omistuksessa. Vuodesta 1989 lähtien saunan kunnosta ja toiminnasta on vastannut Pispalan saunayhdistys ry. (Pispalan saunayhdistys ry. 2014.)

Rajaportin sauna ja sen naapurikortteli muodostavat ehjän pispalalaisen kulttuurihistoriallisen miljöön. Saunakorttelin yleismaailmallista arvoa suomalaisen yleisen saunan vanhimpana edustajana on haluttu suojella, ja on esitetty toiveita sen liittämiseksi Unescon maailmanperintökohteeksi Suomenlinnan, Vanhan Rauman ja Petäjäveden puukirkon rinnalle. (Pispalan saunayhdistys ry. 2014.)

4.2 Tutkimusmenetelmä

Rajaportin saunan asiakastytyväisyystutkimus toteutettiin sekä laadullisen tutkimuksen (kvalitatiivinen tutkimus) että määrällisen tutkimuksen (kvantitatiivinen tutkimus) keinoin. Rajaportin saunan asiakkaita haastateltiin avointa ja puolistrukturoitua haastattelua käyttäen ja tutkimukseen oli mahdollista osallistua myös paperinen tai sähköinen kyselylomake käyttämällä. Kyselylomakkeen vastaukset analysoitiin Microsoft Excel -ohjelmalla ja niiden avoimet vastaukset käsiteltiin laadullisilla

menetelmillä. Yleistäen voidaan sanoa, että laadullisilla menetelmillä paneudutaan yksityiskohtiin ja määrällisellä tutkimusotteella tavoitellaan yleiskäsityksiä (Vehkalahti 2008, 13). Tässä tutkimuksessa hyödynnettiin molempia lähestymistapoja.

Laadullinen tutkimus haastattelemalla on tarkoituksenmukainen ja joustava metodi, kun halutaan tutkia tietyn ilmiön merkitystä osallistujille. Se tarjoaa mahdollisuuden tutkia kohderyhmän tuntemuksia, tunteita, asenteita ja motiiveja. Laadullisella datalla voidaan myös selventää ja havainnollistaa määrällisen aineiston tuloksia. Kasvotusten tapahtuvat haastattelut mahdollistavat tarkentavien kysymysten esittämisen ja ei-verbaalisten viestien tulkitsemisen tavalla johon kyselylomaketta käytettäessä ei kyetä. (Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2008, 69; Robson 2007, 271– 273.)

Haastattelut jaetaan avoimiin, puolistrukturoituihin ja strukturoituihin sen mukaan, kuinka tiukasti kysymykset on etukäteen suunniteltu ja minkälaista syvyyttä vastauksiin haetaan. Strukturoidussa haastattelussa käytetään ennalta valittuja kysymyksiä tietyn sanamuodon yleensä ennalta määrätyssä järjestyksessä. Etupäässä avoimet kysymykset muodostavat pääasiallisen eron haastattelemalla tehtyyn kyselyyn. Puolistrukturoidun haastattelun kysymykset ovat ennalta valittuja, mutta haastatteliija voi muuttaa niiden järjestystä ja sanamuotoa tarkoituksenmukaiseksi katsomallaan tavalla, sekä lisätä tai jättää pois kysymyksiä tai lisä selventää kysymyksiä. Avoimessa haastattelussa haastattelijalla on tiedossa aihe yleisellä tasolla, mutta keskustelun annetaan muodostua vapaamuotoisesti. (Järvinen&Järvinen 2004, 145; Robson 2007, 269– 271.)

Laadullista tutkimusta kohtaan on osoitettu kritiikkiä sen tulkinnan luotettavuudesta. Kriitikkojen esittämien väitteiden mukaan laadullisessa tutkimuksessa on tehty muun muassa yleistäviä johtopäätöksiä liian pienten otosten perusteella, ja että kontrolli muuttujien välillä voi olla riittämätöntä. (Silverman 2000, 10; Hammersley 2013, 51.) On vaarana, että laadulliset menetelmät nähdään vähemmän tieteellisenä kuin tilastolliset menetelmät (Eskola & Suoranta 1999, 13). Laadullisen tutkimuksen heikkoihin puoliin kuuluu aikaa vievyys (Robson 2007, 273). Haastattelujen lisäksi aikaa kuluu tapaamisten sopimisiin, tapaamisiin kulkemisiin, litterointiin ja analysointiin huomattavan paljon.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavien joukko määräytyy sen mukaan, missä vaiheessa uusien vastaajien lukumäärän lisääminen ei enää anna uutta informaatiota eli aineisto

alkaa niin sanotusti toistaa itseään. Tällöin puhutaan tutkimusaineiston kylläntymisestä eli saturaatiosta. (Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2008, 32.)

Laadullisen tutkimusaineiston keräämistä luonnollisessa, todellisen elämän tilanteessa puoltaa se, että ihmisen käytökseen vaikuttaa huomattavasti sosiaaliset ja fyysiset puitteet (Marshall&Rossman 2011, 91). Rajaportin saunan asiakastytyväisyystutkimusta varten tehdyt haastattelut tapahtuivat palvelun välittömässä yhteydessä. Asiakkaita haastateltiin saunomisen jälkeen kahvin ja pullan tai muun virvokkeen ääressä sekä saunomisen aikana. Haastattelutilanteet haluttiin luoda sellaisiksi, jossa asiakas sai kuulluksi tullun kokemuksen eikä kokenut haastatteluun käytetyn ajan olevaan itseltään pois. Kiireetön tunnelma mahdollisti näkökulmien pohtimisen laajemmin.

Rajaportin saunan asiakastytyväisyystutkimuksen otos saatiin kattavammaksi kuin mihin haastatteluihin käytetty aika antoi myöten keräämällä aineistoa myös kaksisivuisella kyselylomakkeella. Paperinen kyselylomake oli täytettävissä saunan kahvilassa. Linkki sähköiseen kyselylomakkeeseen julkaistiin saunan internetsivuilla.

Määrällisessä tutkimuksessa kysymykset muotoillaan sellaiseen muotoon, että niitä voidaan käsitellä tilastollisesti. Kyselyllä suoritettava tiedonhankinta tapahtuu paperisella tai sähköisellä lomakkeella esitettäviin kysymyksiin vastaamalla. Kysely voi koskea koko tutkittavaa joukkoa tai osaa siitä, jolloin kyselyn kohteena on tutkittavasta joukosta otettu otos. Kyselylomakkeella vastaajat valitsevat useimmiten vastaukset annetuista vastausvaihtoehdoista. Kyselylomakkeen etuna on mahdollisuus käsitellä määrällisesti suurta joukkoa tai otosta sekä se, että vastaajat saavat kirjata vastauksensa itselleen sopivimpana ajankohtana. (Järvinen&Järvinen 2004, 147; Robson 2007, 269.) Määrällisen tutkimuksen heikkoutena pidetään usein sosiaalisten ja kulttuuristen muuttujien tulkinnan laiminlyöntiä (Silverman 2000, 5; Hammersley 2013, 51).

Saksalainen sosiologi Max Weber on huomauttanut, että kaikki tutkimus on jossain määrin kontaminoitunut tutkijan arvoilla. Näistä arvoista riippuu vaikkapa se mitä ja millä metodilla ylipäänsä tutkitaan. Weber painottaa, että tutkimuksessa tehdyt päätelmät ja johtopäätökset pohjaavat laajalti tutkijan moraalisiin ja poliittisiin uskomuksiin. (Silverman 2000, 200.)

4.3 Tutkimuksen toteutus

Rajaportin saunan asiakkaille tehtyyn asiakastyytyväisyystutkimukseen osallistui yhteensä 202 henkilöä. Tutkimus toteutettiin maaliskuu-kesäkuun 2013 aikana. Tutkimusta varten haastateltiin 55 henkilöä. Haastattelut tehtiin Rajaportin saunan pihassa ja kahvilassa. 73 vastaajaa osallistui tutkimukseen täyttämällä paperisen kyselylomakkeen (liite 1). Paperiset kyselylomakkeet olivat täytettävissä Rajaportin saunan kahvilassa.

Kyselylomakkeen sähköiseen versioon vastasi 74 henkilöä. Linkki sähköiseen kyselylomakkeeseen lähetettiin Pispalan saunayhdistyksen jäsenten sähköpostilistalle. Kyselyyn pääsi vastaamaan myös Rajaportin saunan internetsivuilla (www.rajaportin-sauna.fi) olevan linkin kautta.

Haastattelut ja lomakekyselyt toteutettiin anonymisti. Vastaukset analysoitiin laadullisen (kvalitatiivisen) tutkimuksen ja sekä osin määrällisen (kvantitatiivisen) tutkimuksen menetelmin Microsoft Excel -ohjelmaa käyttäen. Laadullisia menetelmiä haluttiin painottaa, koska vastaajan näkökantaa haluttiin ymmärtää ja päästä mahdollisimman lähelle niin sanottua ”sisäpiirin näkökantaa”. Tämä tuli esiin erityisesti tutkimuksen tavoitteessa selvittää syitä erolle miesten ja naisten kävijämäärässä.

4.4 Tutkimustulokset

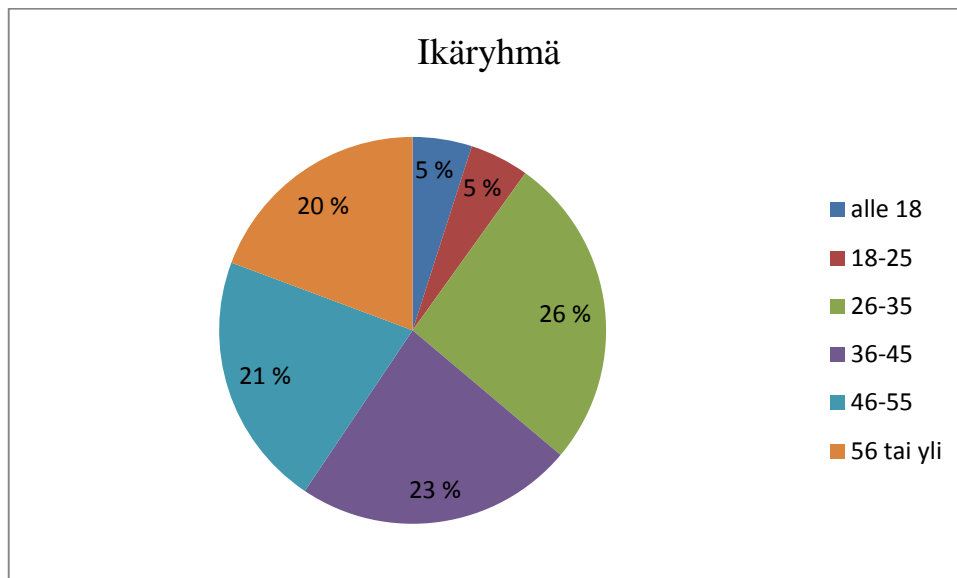
4.4.1 Vastaajien taustatietoa

Ikäryhmä

Taustatietona vastaajilta kysyttiin ikää, sukupuolta ja asuinpaikkaa. Vanhin vastaajista oli iältään 75-vuotias. Nuorimmat vastaajat olivat 2 ja 4 -vuotiaat vanhempiensa kanssa haastatteluun osallistuneet asiakkaat.

Eniten tutkimukseen osallistuneita saunojia oli 26-35 -vuotiaiden ikäryhmässä (26 % vastanneista). Lähes yhtä paljon saunojia oli 36-45 -vuotiaiden ikäryhmässä (23 % vastanneista). Myös 46-55 -vuotiaita (21 % vastanneista) ja 56 tai yli 56 -vuotiaita (20 %

vastanneista) saunojia osallistui tutkimukseen lähes yhtä paljon. Sen sijaan alle 18 -vuotiaiden (5 % vastanneista) ja 18-25 -vuotiaiden (5 % vastanneista) ikäryhmissä saunojia oli vähän (kuvio 1).



KUVIO 1. Vastaajat ikäryhmittäin

Kuviossa 1 kuvattu jakauma vastannee melko hyvin Rajaportin saunan kaikkien kävijöiden ikäjakaumaa. Taulukosta 1 käy ilmi vastaajien sukupuoli ikäryhmittäin. 26-36 -vuotiaiden ikäryhmässä vastaajista oli miehiä ja naisia lähes saman verran. Tästä seuraaviin ikäryhmiin mentäessä naisten määrä väheni reippaasti puolittuen 56 ja yli 56 -vuotiaiden ikäryhmään tultaessa, kun taas miesten kävijämäärät jopa hieman kasvoivat.

TAULUKKO 1. Vastaajien sukupuoli ikäryhmittäin

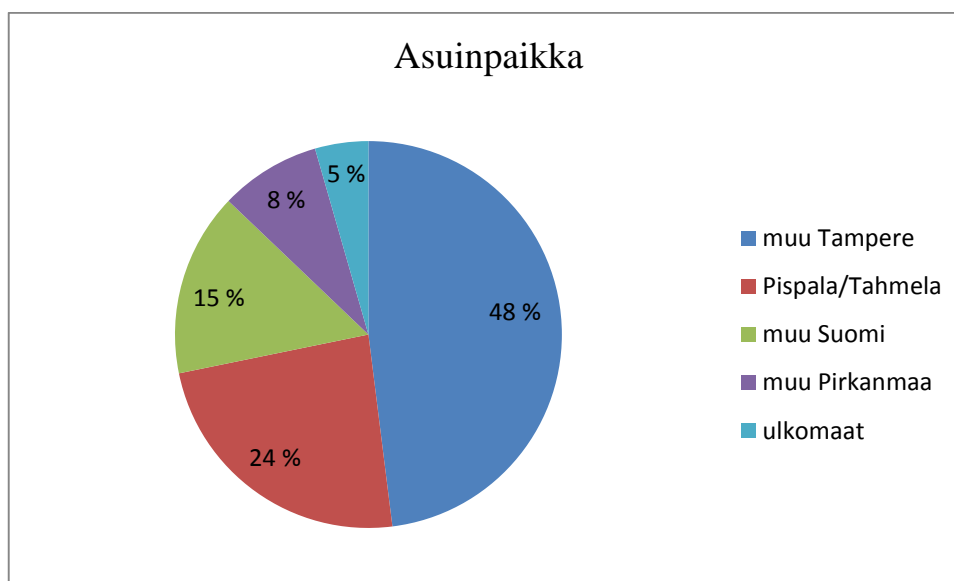
Ikäryhmä	Sukupuoli	lkm	%
alle 18	nainen	5	2 %
	mies	5	2 %
alle 18 yht.		10	5 %
18-25	nainen	8	4 %
	mies	2	1 %
18-25 yht.		10	5 %
26-35	nainen	27	13 %
	mies	25	12 %
	tyhjä	1	0,5 %
26-35 yht.		53	26 %
36-45	nainen	21	10 %
	mies	26	13 %
36-45 yht.		47	23 %
46-55	nainen	17	8 %
	mies	26	13 %
46-55 yht.		43	21 %
56 tai yli	nainen	12	6 %
	mies	27	13 %
56 tai yli yht.		39	19 %
Kaikki yht.		202	100 %

Sukupuoli

Yhteensä kaikista 202 vastanneesta 90 henkilöä (45 %) oli naisia ja 111 henkilöä (55 %) oli miehiä. Yksi vastaaja ei valinnut kumpaakaan vaihtoehtoista. Vastausten suhteellinen jakauma ei kuvaa Pispalan saunayhdistyksen 2012 laatiman kävijätilaston (liite 2) mukaista kaikkien kävijöiden sukupuolijakaumaa, jonka mukaan naisia käy alle puolet miesten kävijämäärästä. Tutkimuksessa haluttiin kuitenkin painottaa naisvastaajien osuutta asetetusta tutkimusongelmasta johtuen.

Asuinpaikka

Kuvio 2 havainnollistaa vastaajien asuinpaikan jakaumaa. Tampereella asui yhteensä 72 % vastanneista, muualla Pirkanmaalla 8 % ja muualla Suomessa 15 %. Ulkomailla asui 5 % vastanneista. 24 % vastanneista asui Pispalassa tai Tahmelassa.



KUVIO 2. Vastaajien asuinpaikan jakauma

4.4.2 Saunomistiheys

Vähintään kerran kuussa Rajaportilla saunoi noin puolet vastaajista. Eniten vastaajia kävi 1-2 kertaa viikossa (27 % vastaajista). Ensimmäistä kertaa Rajaportilla saunoi 13 % vastaajista (taulukko 3).

TAULUKKO 3. Saunomistiheys

Saunomistiheys	lkm	%
ensimmäistä kertaa	26	13 %
1-2 kertaa vuodessa	27	13 %
3-10 kertaa vuodessa	48	24 %
1-2 kertaa kuussa	20	10 %
3-4 kertaa kuussa	17	8 %
1-2 kertaa viikossa	54	27 %
enemmän kuin 2 kertaa viikossa	10	5 %
Kaikki	202	100 %

4.4.3 Saunakorttelin palveluiden käyttö

Vastaajilta kysyttiin muiden saunakorttelin palveluiden käytöstä. Vastaajista 92 % kertoi käyttävänsä saunan kahvilaa. Prosenttiluku ei välttämättä kuvaa kaikkien kävijöiden osuutta kahvilan käyttäjistä, sillä kahvilan käyttäjät valikoituivat muita

todennäköisemmin mukaan tutkimukseen, koska asiakkaita pyydettiin osallistumaan haastatteluun usein juuri kahvilassa. Myös paperiset lomakkeet olivat täytettävissä saunan kahvilassa.

Saunakorttelissa annettavia hoitoja, kuten hierontaa, kertoi käyttävänsä 16 % vastaajista, tilaussaunaa 12 % vastaajista ja kahvilan vuokrausta yksityistilaisuuksiin 6 % vastaajista.

4.4.4 Tyytyväisyys saunan hintoihin

70 % vastaajista piti Rajaportin saunan hintoja sopivina, 27 % liian korkeina ja 3 % ei osannut sanoa. Yksi vastaaja (0,5 %) piti hintoja liian matalina. Hintaa liian korkeina pitävät toivoivat tuntuvampia alennuksia kanta-asiakkaille. Kymmenen kerran kortilla haluttaisiin päästä kymmenen kertaa saunaan.

Ei oo kipurajaa ylittävä.

Se oli hirveen kova pettymys kun ne hinnat nousi. Meillä oli puolen vuoden boikotti.

Turisteilta pitäis ottaa rahat pois, vakkareitten hinnat mahdollisimman huokeat.

Ihan jees, pikkasen suolaset.

Onhan se opiskelijalle aika tuhti hinta.

10-kerran kortista menee 1½ rastia, se vähän närästi. Kuitenkin niitä hukkuu ja menee pesukoneeseen normaali-ihmisellä.

4.4.5 Lapsiystävällisyys

Vastaajista 71 % piti Rajaportin saunaa lapsiystävällisenä, 22 % vastanneista ei osannut sanoa ja 7 % ei pitänyt saunaa lapsiystävällisenä. Haastattelemistani asiakkaista joilla oli lapset mukana saunassa kaikki pitivät saunaa lapsiystävällisenä, ja he toivat mielellään lapset Rajaportille. Lapsia tuotiin saunaan muutaman kuukauden ikäisestä lähtien, ja usein saunominen Rajaportilla säilyi perheiden yhteisenä tekemisenä vuodesta toiseen.

Lapset käynty koko ikänsä.

Tosi vaikee sanoo kun ei oo omia lapsia. Itse käynty ekaa kertaa 13-14 -vuotiaana, oli ainakin varhaisteiniystävällinen kokemus. Hauskaakin se on et on kaikki sukupolvet.

Täällä olikin lapsia ja kyllä ne tuntui viihtyvän.

Vastaajia, jotka eivät pitäneet Rajaportin saunaan lapsiystävällisenä, arvelutti saunan lavolle johtavat rappuset, kuumuus ja alkoholinkäyttö viikonloppuisin. Toisaalta lasten ajateltiin saattavan häiritä aikuisten saunomista. Erillistä saunavuoroa perheille ehdotettiin.

Rauhaniemi on väljempi ympäristö, ehkä mielummin sinne, tää on tiivistunnelmainen ja pitää kattoo ettei se lapsi tipu rappusia alas.

En lähtis markkinoimaan lapsille, tuolla on niin kuuma tuolla ylhäällä.

Kyllä, paitsi viikonloppuisin kun alkoholia käytetään.

Emmää ihan pienen lapsen kanssa lähtis kipuaan tonne. Kivempi saunoo kun ei oo lapset huutamassa ja rääkymässä.

Joskus on niin ystävällinen, että äidit ei pidä huolta lapsistaan, muut saunan käyttäjät sitten huolehtii. Ei se haittaa.

Ei varmaan ihan pieniä kannata tuua, silloin muut kärsii kun ukot ei uskalla heittää löylyä. Vois olla perhesauna aikasemmin.

4.4.6 Kahvila

Kahvilan aukiolo

Tutkimuksessa kysyttiin asiakkaiden mielipidettä kahvilan nykyisten aukioloaikojen laajentamisesta. Yli puolet (59 %) vastaajista piti kahvilan nykyistä aukioloa riittävänä.

41 prosenttia vastaajista kannatti aukiolojen laajentamista. Eniten kannatusta sai saunan kahvilan aukioloaikojen laajentaminen viikonloppuisin ja päivällä (taulukko 4).

TAULUKKO 4. Kahvilan aukiolon laajentamisen kannatus

aukiolon laajentaminen	lkm	%
päivällä	37	18 %
illalla	31	15 %
viikolla	28	14 %
viikonloppuisin	39	19 %
nykyinen aukiolo on riittävä	120	59 %

Kahvilan tarjonta

Saunan kahvilan tarjontaan oltiin erittäin tyytyväisiä, ja erityisesti sen olutvalikoimaa, johon kuuluu pienpanimoiden oluita ja Reilun kaupan tuotteita, kiiteltiin. Hintatasoa pidettiin kohtuullisena. Pulterin, Vastavirran, Sopan ja soosin ja Vaakon nakin läheisyyden koettiin täydentävän kokonaisuutta.

Tässä saa nyt kaikkee. Nälästäkin pääsee jos kaks ottaa niitä höyrymakkaroita. Hinnat on kohillaan.

Yllättävän hyvä tarjonta.

Emmä osaa kaivata mitään muuta.

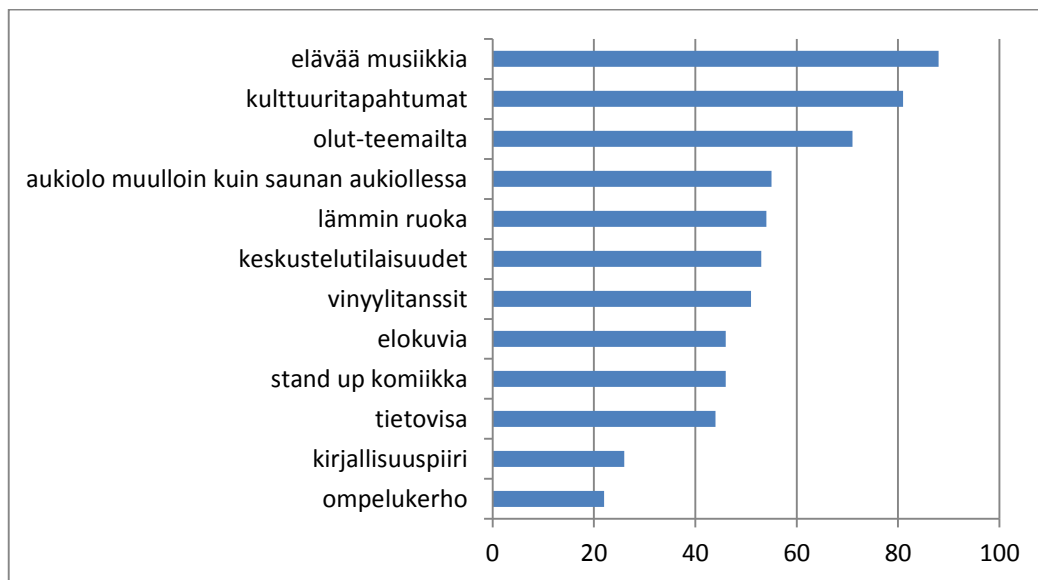
Kahvilan toiminnan kehittäminen

Reilu puolet vastaajista koki, että saunan kahvila palvelee parhaiten sellaisenaan. Saunan kahvilan sisustukseen ja siellä soivaan musiikkiin oltiin tyytyväisiä. Kahvilalle annettu palaute oli kaikilta osin myönteistä.

Ei tarvetta muutokseen.

Tämän tyylinen kehittäminen mitä tähänkin asti on tapahtunut. Ei missään nimessä mitään nykyaikaa!

Toiminnan kehittämiseksi esitetyistä vaihtoehtoista eniten saivat kannatusta elävä musiikki ja kulttuuritapahtumat (kuvio 5). Elävää musiikkia toivottiin eniten haitarin soiton muodossa, ja myös trubaduureja ja 'mies ja kitara' -tyyppisiä esiintyjiä toivottiin.



KUVIO 5. Kahvilan toiminnan kehittämiseksi esitettyjen ehdotusten kannatuksen jakauma

Kahvilan toiminnan kehittämiseksi esitettyjen ehdotusten lisäksi vastaajat toivoivat kahvilan yhteyteen muun muassa teemailtoja ruuasta, kansanperinteestä tulevia rituaaleja, vanhanajan parranajoa partaveitsellä, runoniekkoja, yhteislaulua, riippumattoja, meikkaustupaa, kylmävesitynnyriä ja kättentöiden, kuten saippuan, kynttilöiden ja vihdan, valmistusta.

4.4.7 Miksi saunot Rajaportin saunassa?

Vastaajilta kysyttiin miksi he käyvät Rajaportin saunassa. Eniten syiksi käydä Rajaportin saunassa kerrottiin ainutlaatuinen tunnelma ja hyvät lölyt.

Lölyt siellä ovat loistavat, tunnelma ainutlaatuinen. Käyn yleisissä saunoissa myös kotikaupungissani Helsingissä, samoin kuin ulkomailla. Rajaportti on yksi maailman parhaista!

Siellä on Tampereen parhaat lölyt ja autenttinen tunnelma.

Monet vastaajat kertoivat Rajaportin saunaan liittyvän nostalgiaa, ajattomuutta ja kiireettömyyttä. Saunakorttelin rauhallinen ajan patinoima miljöö mainittiin syyksi saunoa Rajaportilla.

Ajaton paikka missä mieli lepää. Peseytyminen lieenee sivuseikka.

Hyvät lölyt ja lapsuuteni sauna jo 1940- luvun lopulta.

Tuli olo että sai kokea jotain menneiden aikojen havinaa.

Se on se hämärä, se on se hiljaisuus, se on se pysähtyneisyys. Voi olla myös anonymismi.

Se on niin nostalgista ja joskus haluaa kunnon lölyt. Pitäisi käydä useamminkin. Se on myös sosiaalinen kohtaaminen. Lapselle historiaa, oma poikani on myöhemmin tuonut kavereitaankin, hänen kanssaan aloin käydä lähinnä joulusaunassa ja silloin asuimme Kangasalla asti. Itse sen olen tiennyt aina, koska lapsena kävin yleisessä saunassa, koska se oli ainoa mahdollisuus saada itsensä puhtaaksi. Vielä 60-luvulla, kunnes ne merkittävästi vähenivät. Nyt asun Pyynikillä.

Täällä ei kellon kanssa saunota. Kolme tuntia on minimi kun tullaan saunaan, näin se on.

Tuttujen tapaaminen, mukava seura ja sosiaalisuus mainittiin usein syyksi saunoa Rajaportilla. Saunassa vaihdettiin kuulumisia, käytiin keskusteluja ja kuunneltiin juttuja ja tarinoita. Yhdessä saunominen koettiin mukavammaksi kuin yksin saunominen.

Hyvä sauna, hyvät kaverit, mukavaa ohjelmaa, hyvä kahvi leivonnaisineen ja ystävällinen palvelu.

Tuntee kuuluvansa ihmisten keskelle, eli yhdistävä kokemus.

Saunassa et koe et ois yksin.

Otollinen ilmapiiri olla tekemisissä muitten ihmisten kanssa, siellä ei oo vain yhdenlaisia ihmisiä.

Saunomisen yleisessä saunassa uskottiin parantavan ihmisen kehonkuvaa ja edistävän tasa-arvoisuutta.

Tää on yks niitä paikkoja missä yhteisöllisyys on valmiina. Jokainen on tasa-arvoinen.

Saunomisessa ei oo yhteiskuntaluokkia ja statuksia. Se on tasa-arvoista kun kaikki on omissa nahoissaan.

Tää on tämmönen kansankylpylä missä ihmiset riisuu sotisopansa.

Osa vastaajista kertoi käyvänsä Rajaportin saunassa, koska se on lähellä. Oman saunan puuttuminen ja se, että oman sähkösaunan lölyt eivät vetäneet vertoja puulämmitteisen Rajaportin saunan lölyille mainittiin syiksi saunoa Rajaportin saunassa. Eräs vastaaja kertoi saapuvansa Rajaportille Pispalanharjun toiselta puolelta ja saunareissun olevan ikään kuin kävisi lomalla. Kiitosta annettiin siitä, että ei tarvinnut saunoa uimapuku päällä ja sai tuoda omat saunajuomat.

Rajaportin saunassa käytiin myös osana matkailua. Lähes joka kolmas vastaaja asui muualla kuin Tampereella.

Olin ystäväni kanssa käymässä Tampereella ja seurasimme Sahtikilpailun karsintaa Rajaportin pihassa.

On niin harvoja yleisiä saunoja. Turistimatka Helsingistä.

Me ollaan VR:n vakiomatkustajien kesäjuhlissa ja tää kuului ohjelmaan.

Tampereen matkalle kiva lisä.

Saunakulttuurin säilymistä haluttiin kannattaa.

Saunakulttuuria pitää tukea aina.

This is more than 100 years old. This is tradition of Finland, it's important to keep the tradition.

Toivottavasti tää säilyy.

4.4.8 Saunakokemus

Vastaajilta kysyttiin, minkälainen kokemus Rajaportin sauna oli. Vastaajien kokemukset olivat erittäin myönteisiä. Löylyjä kuvailtiin lempeiksi ja saunan jälkeistä oloa keuhuttiin. Kokemus oli rentouttava ja virkistävä. Saunaa aistikokemuksena keuhuttiin tuoksuineen ja katosta valtameren lailla vyöryvine lämpöineen. Saunominen vapautti arjen kiireistä ja kaupungin melusta, ja tarjosi mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen.

Tuntuu et kaikella on enempi merkitystä saunan jälkeen.

Hieno kokemus, suosittelen muillekin. Paljosta jää paitsi jos ei oo käynyt Rajaportin saunassa.

Täällä synnit puhistuu ja mieli kirkastuu.

Kyllä mää tykkään.

Pesupaikka on kuin Jeesuksen syntymäluolaan saapuisi. Ajaton paikka. Lempeä löyly ja mukavan välitön yhteisöllinen tunnelma.

Lähes 30-vuoden ajan kokemuksella se on aina yhtä hyvä, sellainen kuin saunan " kuuluu" ollakin.

Erinomainen. Boheemi.

Taivas maanpäällä.

Sellaista ei löydy muualta ja olotila saunan jälkeen on mahtava!

4.4.9 Naiset asiakkaina

Naisten kävijämäärä

Tutkimuksella haluttiin selvittää syitä naisten miehiä vähäisempään kävijämäärään ja löytää keinoja naisten houkuttelemiseksi asiakkaiksi. Kävijätilaston mukaan miesasiakkaita on yli kaksinkertainen määrä naisasiakkaisiin nähden (liite 2). Miehiä käy Rajaportin saunassa vuosittain noin 13 000 naisten vuosittaisen kävijämäärän ollessa noin 6 000. Tutkimuksessa ei tullut ilmi yksiselitteistä tekijää mihin Rajaportin sauna voisi vaikuttaa naisten kävijämäärän lisäämiseksi.

En sit tiää kun ite ainakin viihtyy.

Mua se ei kyllä hirveesti haittaa kun on kiva kun on tilaa.

Miksi naisia käy vähemmän kuin miehiä?

Vastaajat arvelivat naisia käyvän vähemmän toisaalta siksi, että saunominen on enempi "miesten juttu" ja toisaalta siksi, että naisilla saunassa käynti on monimutkaisempaa hiusten laittamisineen ja meikkaamisineen.

Onko miehet sit sellasia, et ne enempi viettää aikaa saunassa. Naiset on semmosia, et ne käy äkkiä pesulla ja lähtee kauppaan.

Naisilla on aina tää laittautuminen. Mä ymmärrän sen jos ei jaksa tulla kauempaa usein, kun pitää olla kaikki hiukset ja meikit ja vaatteet.

Mikä houkuttelisi naisia?

Lisää naisiasiakkaita voisivat houkutella erilaiset kauneuteen ja terveyteen liittyvät teemaillat. Luonnonmukaisia hoitoja ruusunlehtijalkakylvyistä pakurikääpäkasvonaamioon ja hemmottelua, kuten manikyyriä, kampausten tekemistä, kynttilöitä ja kuohuviiniä, toivottiin. Naisiasiakkaiden vastauksissa vilahtelivat yrtit, eteeriset öljyt, kansanperinne, kuppaus, energiahoidot, rituaalit ja turvesauna. Myös lenkki-saunaa ja lisää hiustenkuivaajia ehdotettiin.

No oon kyllä ainakin tyytyväinen tähän, mutta aina on silleen kiva kun on tapahtumia ja silleen tavallisuudesta poikkeavaa.

Naistenpäivän tyyppiset ehtoot kannattaa säilyttää. Ehkä jotain teemailtoja luontaiskosmetiikasta?

Naisten puolella arvostettiin tilaa ja rauhaa. Osassa vastauksista tuli esille, että nykyisten asiakkaiden viihtyvyyden vuoksi asiakasmäärän ei toivottaisikaan kasvavan.

Rajallisessa tilassa rajaton kasvu on mahdottomuus. Parempi olisi perustaa lisää saunoja.

Naisia ei kannata houkutella niin paljoa kuin miehiä käy nyt. Tilantarve on hitusen erilainen.

Suihkun puuttumisen mainitsi yksi vastaaja, ja yksi vastaaja toi esille mahdollisuuden, että naisten saunassa käynti saatettaisiin sekoittaa muuhun kuin suomalaiseen saunakulttuuriin.

Maybe they think she has a special job.

Kysymys naisten saunomisesta herätti keskustelua myös saunan merkityksestä miehille.

Sauna yhdistää ihmisiä, jurot miehet voi ilmentää herkkiä puoliaan.

Saunassa on läsnä miesten historia ja kohtalot.

Se on tasa-arvoa et on joku miesten paikka ja sauna on siihen ihan kymppi. Miehiin kohdistuu enemmän sellasta selvitymistä ja pärjäämistä, miehillä on paineita.

4.4.10 Kehittämiskohteet

Miesten puolella koettiin olevan ajoittain ruuhkaista. Remuavat polttariporukat koettiin osassa vastauksissa ongelmallisiksi ja niiden rajaamista tilausaunoihin ehdotettiin. Jotkut toivoivat hillitympää alkoholinkäyttöä ja tupakoitsijoiden siirtymistä kauemmas.

Viikonloppuisin miesten puolelta kuuluu liian räyhäkäs meininki, joka pilaa rauhallisen saunatunnelman.

Muuten hyvä, mutta sikakännissä olevia hyväksytään ja hyysätään liikaa. Ilmeisesti halutaan olla ns. suvaitsevaisia, mutta samalla kaikkien muiden saunakokemus heikkenee. Monta kertaa olen miettinyt että millaisen kuvan esim. saunassa olevat lapset saavat aivan tiedottomassa tilassa olevista känniääliöistä. Kunnolla kännissä olevia ei saisi päästää saunaan lainkaan. Pieni oluen ym. tissuttelu tietenkin kuuluu asiaan.

Löylyn heitto jakoi joidenkin vastaajien mielipiteitä.

Too hot, I didn't stay up.

--joskus on ollut näitä "bisnessaunoja", joiden mielestä löylyä ei saisi heittää juuri ollenkaan. Löyly kuuluu saunaan.

Muutama vastaaja mainitsi miesten pukuhuoneen lattian kaipaavan ehostusta ja yksi vastaaja toivoi lavolle menevän kaiteen kunnostamista. Pukuhuoneiden ilmanvaihdon parantamista ja kourua, jota pitkin ylimääräinen vesi poistuisi lattialta, ehdotettiin.

Pitää kattoo et on pefletti pepun alla kun noi on tahmeet noi lauteet, ja miesten puolella haisee ummehtuneelle niin vähän sitä pelkää et mitä jalkasientä sieltä vois tarttuu, mut sitä miettii siihen asti kun kävelee tonne ylös, sit ne tuoksuu ihan hyvälle ne lölyt.

5 YHTEENVETO JA PÄÄTELMÄT

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että saunan asiakkaat ovat pääsääntöisesti erittäin tyytyväisiä saunaan ja saunakorttelin palveluihin. Saunassa käy niin uskollisia vuosikymmeniä käyneitä asiakkaita kuin ensimmäistä kertaa tulleita kulttuurimatkailijoitakin. Suuresta suosiosta kertoo sekin, että kielteistä palautetta annettiin eniten ruuhkasta. Rajaportin saunan vetovoima perustui vastauksissa ennen kaikkea hyviin löylyihin ja ainutlaatuiseen tunnelmaan. Sauna nähdään merkittävänä kulttuuriperintöä ja yhteisöllisyyttä ylläpitävänä rentoutumispaikkana, jolla on tärkeä roolinsa ihmisten arjessa ja juhlassa. Rajaportin saunakortteli palveluineen tukee ihmisten hyvinvointia kestäväällä tavalla.

Tutkimuksessa ei löydetty yksiselitteistä syytä naisten miehiä vähäisempään kävijämäärään. Vastaajat arvelivat saunomisen olevan enemmän ”miesten juttu” ja naisten saunassa käynnin olevan monimutkaisempaa hiusten laittamisineen ja meikkaamisineen. Lisää naisia voitaisiin houkutella asiakkaaksi järjestämällä erilaisia hoitoja ja teemailtoja. Naisia kiinnostivat erityisesti luonnonmukaisuuteen ja perinteisiin liittyvät aiheet ja hemmottelu. Naisten pukuhuoneisiin voitaisiin hankkia lisää hiustenkuivaajia.

Tutkimuksen avulla saadun palautteen perusteella asiakkaat ovat tyytyväisiä Rajaportin saunakortteliin ja sen palveluihin sellaisena kuin ne ovat. Saunakorttelin palveluista tutkimuksessa keskityttiin saunan lisäksi erityisesti saunan kahvilaan. Saunan kahvilan tarjonta sai erittäin myönteistä palautetta. Kotimaisten perinteiseen henkeen sopivien oheistuotteiden myyntiä voitaisiin lisätä. Oheistuotteina voitaisiin myydä paikallisten käsityöläisten valmistamia tuotteita, kuten pellavaisia istuinalusia ja luonnonmukaista palashampoota. Kahvilan valikoimiin voitaisiin lisätä yrttiteetä ja muita terveysjuomia. Tervetullutta lisää saunakortteliin toisivat elävä musiikki ja kulttuuritapahtumat.

Mikäli saunakorttelin asiakasmäärää halutaan kasvattaa, yksi mahdollinen näkökulma olisi lähteä kehittämään tilaussaunatoimintaa. Tilaussaunoja voitaisiin järjestää muun muassa juhलaseurueille ja matkailijoille suunnattuina ohjelmallisina paketteina.

Kasvumahdollisuuksia ajatellen voitaisiin kehittää esimerkiksi englanninkielisiä elämyssaunoja matkailijoille tai morsiusaunoja menneen ajan tyyliin. Rajaamalla isommat seurueet, kuten polttariporukat, tilaussaunoihin, voitaisiin myös ehkäistä ajoittaista ruuhkaa. Kanta-asiakkaat toivoivat suurempaa etua sarjakortteihin ”suurkuluttajille”. 10-ruksin saunakortilla voisi päästä saunaan yhdellä ruksilla kaikkina päivinä. Vuosikortit voisivat olla perhekohtaisia.

LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY.

Bärlund, A. & Perko, S. 2013. Kestävä johtajuus. Bisneksen uusi elinehto. Helsinki: Talentum.

Dahlgren, M. 2001. A Survival Guide to the Finnish Sauna for Businesspeople. Jyväskylä: Gummerrus.

Demos Helsinki. 2010. Onnellisuuspoliittinen manifesti. Luettu 8.3.2014.
<http://www.demoshelsinki.fi/julkaisut/onnellisuuspoliittinen-manifesti/>

Demos Helsinki. 2013. Peloton. 17 tapaa luoda uusia markkinoita. Luettu 8.3.2014.
<http://www.demoshelsinki.fi/julkaisut/17-tapaa-luoda-uusia-markkinoita/>

Eskola, J. & Suoranta J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 3. painos. Tampere: Vastapaino.

Forsell, M. 2007. Saunan taikaa. Hämeenlinna: Karisto Kirjapaino Oy.

Forsell, M. 2010. Nainen ja sauna. Otteita luennosta ”Bath Culture and Women from Ancient Greece to Modern Finland” XV International Sauna Congress, Tokio 2010. Sauna 4/2010, 10-13. Luettu 15.3.2014.
http://www.sauna.fi/fileadmin/sauna-lehti/pdf-lehdet/Sauna4_10_netti.pdf

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Suom. Tillman, M. Helsinki: WSOYpro. Alkuperäinen teos 2007.

Hammersley, M. 2013. What is Qualitative Research? Great Britain: Bloomsbury.

Heikura, P. 2001. Anteeksi, en ollut tuntea teitä vaatteet päällä. Tampereen yliopisto. Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Luettu 22.2.2014.
<http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/88412/gradu00076.pdf?sequence=1>

Hietasaari, K. 2012. Suomalainen sauna on vahva brändi. Matkailusilmä 9/2012, 15. Luettu 25.2.2014.
<http://ruokacentria.com/wp-content/uploads/2012/09/suomalainen-sauna-on-vahva-brandi.pdf>

Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes Oy. 2011. Tutkimuksen mukaan suomalaisessa saunassa on merkittävästi vientipotentiaalia. Luettu 25.2.2014.
<https://www.jykes.fi/fi/ajankohtaista/596-tutkimuksen-mukaan-suomalaisessa-saunassa-on-merkittavasti-vientipotentiaalia>

Jyväskylän yliopisto. 2014. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali. Luettu 12.3.2014.
<http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/kolmas-sektori>

Järvensivu, P. 2013. Keynesiläinen tie uusliberaalin kasvupolitiikan umpikujasta kestäväan ja monimuotoiseen elämään. Luento hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuudesta Oiva Ketonen –seminaarissa, Vaasan yliopisto 2013. Luettu 8.3.2014.
http://www.degrowth.fi/2013_11_01_archive.html

Karjalainen, M. 2009. Brändin muutos – näkökulmia onnistuneeseen sisäiseen implementointiin. Pro gradu-tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Luettu 15.3.2014.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/22806>

Kivimäki, S. & Laiho, M. 2013. Puhhasta tuli. Tarinoita Rajaportin saunasta. 6. painos. Tampere: Pispalan saunayhdistys ry.

Koppelo, H. & Alanen M. 2006. Naisten saunakirja. Gummerrus kirjapaino Oy.

Korkman, O. & Arantola, H. Arki. 2009. Eväitä uuteen asiakaslähtöisyyteen. Helsinki: WSOYpro.

Lapin liitto. 2011. Suomalaisen saunan ja matkailun edistämiseksi. Luettu 25.2.2014.
http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=469407&name=DLFE-9659.pdf

Latouche, S. 2010. Jäähvyäiset kasvulle. Opas kohtuuden yhteiskuntaan. Helsinki: Like.

Lumijärvi, O. (toim.) 2007. Huipulla. Miten yrityksen menestysytälö ratkaistaan? Helsinki: WSOYpro.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Marshall, C. & Rossman, G. 2011. Designing Qualitative Research. Fift Edition. USA: Sage Publications.

Matkailun edistämiskeskus. 2011. Suomalaisen saunan kansainvälinen imago tutkimus. Luettu 25.2.2014.
<http://www.mek.fi/studies/suomalaisen-saunan-kansainvalinen-imagotutkimus/>

Mattinen, H. Asiakkuusosaaminen. 2006. Kuuntele asiakastasi. Helsinki: Talentum.

Mäntyneva, M., Heinonen J. & Wrange, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.

Niskanen, M. 2013. Organisaatiot ja johtaminen. Vaajakoski: Jyväskylän koulutuskeskus Oy.

Ojanen, M. 2010. Pelisilmää asiakaskohtaamisiin. Helsinki: Talentum.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2014. Yhdistysrekisteri. Luettu 12.3.2014.
<http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri.html>

- Pispalan saunayhdistys ry. 2014. Rajaportin sauna. Luettu 18.2.2014.
<http://www.pispala.fi/rajaportinsauna/sauna/historia.html>
- Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa. Helsinki: WSOYpro.
- Robson, C. 2002. Real World Research. Second Edition. Singapore: Blackwell Publishing.
- Sauna from Finland verkosto. 2014. Luettu 25.2.2014.
<http://www.saunafromfinland.fi>
- Selin, E. & Selin, J. 2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta. Pieksämäki: Tietosanoma Oy.
- Silverman, D. 2000. Doing Qualitative Research. A Practical Handbook. Great Britain: Sage Publications.
- Stepanova, A. n.d. Karjalaiset itkuvirret. Petroskoin yliopisto. Luettu 19.3.2014.
http://project.karelia.ru/sui/karj_f.html
- Särkikoski, T. 2012. Kiukaan kutsu ja löylyn lumo. Suomalaisen saunomisen vuosikymmeniä. Latvia: Gummerrus.
- Taskinen, K. 2011. Sauna – puhtaasti suomalainen. Saarijärvi: Kirjakaari.
- Ulkoasiainministeriö. 2012. Maailman markkinat 2012.
<http://www.formin.fi/public/default.aspx?contentid=69095>
- Vainio, T. 2012. Saunajooga. EU: WSOY.
- Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kauppakamari.
- Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. 2. painos. SanomaPro Oy.
- Vuorenjuuri, M. 1968. Sauna kautta aikojen. 2. painos. Kustannusosakeyhtiö Otavan laakapaino.
- Väliniemi, J. & Rask, M. 2010. Kuluttajat ja ekologinen asuminen – yhteiskehittämällä kestäviin ratkaisuihin. Aalto yliopisto. Luettu 12.2.2014
http://urba.fi/sites/default/files/pdf-artikkelit/YTKB9917_Valiniemi_Rask.pdf

LIITE 1. Kyselylomake

Rajaportin saunan ja kahvilan kysely

Perustiedot

Ikä

Sukupuoli

Asuinpaikka

Asiakastyytyväisyys

Kuinka usein saunot Rajaportin saunassa?

Miksi käyt Rajaportin saunassa?

Minkälainen kokemus Rajaportin sauna oli?

Mitä muita kahvilakorttelin palveluita käytät?

- ☐ kahvila
- ☐ hoidot
- ☐ tilaussauna
- ☐ kahvilan vuokraus yksityistilaisuuksiin

Mitä mieltä olet Rajaportin saunan hinnoista?

- ☐ liian alhaiset
- ☐ sopivat
- ☐ liian korkeat
- ☐ en osaa sanoa

Onko Rajaportin sauna mielestäsi lapsiystävällinen?

- ☐ kyllä
- ☐ ei
- ☐ en osaa sanoa

Kahvila

Mitä seuraavista toivoisit kahvilaan?

- ☐ aukiolo muulloin kuin saunan auki ollessa
 - ☐ lämmin ruoka
 - ☐ vinyylitanssit
 - ☐ kirjallisuuspiiri
 - ☐ ompelukerho
 - ☐ kulttuuritapahtumat
 - ☐ stand up –komiikkaa
 - ☐ elävää musiikkia
 - ☐ olut-teemailta
 - ☐ elokuvia
 - ☐ keskustelutilaisuudet
 - ☐ tietovisa
- jos muuta niin mitä

Mitä toivoisit kahvilan valikoimaan?

Mitä palveluita toivoisit kahvilan yhteyteen?

Toivoisin kahvilan olevan auki saunan aukiolon ulkopuolella

- ☐ päivällä
- ☐ illalla
- ☐ viikolla
- ☐ viikonloppuisin
- ☐ nykyinen aukiolo on riittävä

Palaute

Mikä houkuttelisi Rajaportille lisää naisasiakkaita?

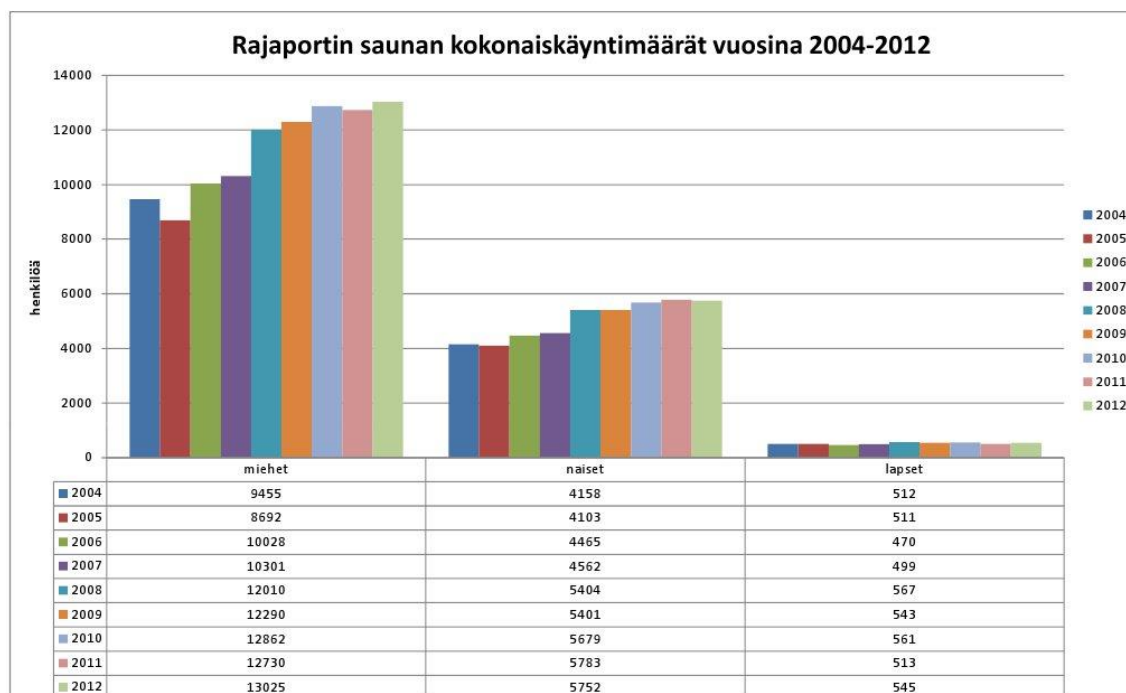
Kommentteja/ehdotuksia?

Arvonta

Sähköpostiosoitteesi mikäli haluat osallistua arvontaan

Kiitos vaivanäöstäsi!

LIITE 2. Rajaportin saunan kävijämäärät vuosina 2004-2012



(Pispalan saunayhdistys Ry. 2012.)